

**PENGARUH E-RECRUITMENT, REPUTASI PERUSAHAAN DAN KOMPENSASI TERHADAP
MINAT MELAMAR KERJA (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM SARJANA
SEMESTER AKHIR DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM
RATULANGI MANADO)**

*THE EFFECT OF E-RECRUITMENT, COMPANY REPUTATION AND COMPENSATION ON INTEREST IN
APPLYING FOR JOBS (STUDY ON FINAL SEMESTER UNDERGRADUATE STUDENTS AT THE FACULTY
OF ECONOMICS AND BUSINESS, SAM RATULANGI UNIVERSITY, MANADO)*

Oleh:

Aprena Meiske Dodengo¹

Genita G. Lumintang²

Jacky S.B. Sumarauw³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹enhadodengo@gmail.com

²genitagracia73@gmail.com

³jacky.sbs@unsrat.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja (studi pada Mahasiswa Program Sarjana Semester Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi). Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dan di analisis menggunakan alat analisis Program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap minat melamar kerja, dengan nilai *F* hitung 75,958 dan signifikansi $< 0,001$. Secara parsial, *e-recruitment* berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja (*t* hitung 2,406, signifikansi 0,19). Namun reputasi perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja (*t* hitung 0,115, signifikansi 0,908) dan kompensasi (*t* hitung, 5,570, signifikansi 0,001) terbukti memiliki pengaruh positif.

Kata kunci : *E-Recruitment*, Reputasi Perusahaan, Kompensasi, Minat Melamar Kerja, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi

Abstract : This study aims to determine the influence of *e-recruitment*, company reputation and compensation on interest in applying for jobs (study on students of the Final Semester Undergraduate Program at the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University. Data collection uses questionnaires and is analyzed using SPSS Program analysis tools. The results of the study showed that simultaneously, the three variables had a positive influence on the interest in applying for jobs, with an *F* value of 75.958 and a significance of < 0.001 . Partially, *e-recruitment* had a significant positive effect on job application interest (*t* count 2.406, significance 0.19). However, the company's reputation did not have a positive effect on the interest in applying for a job (*t* count 0.115, significance 0.908) and compensation (*t* count, 5.570, significance 0.001) proved to have a positive influence.

Keywords: *E-Recruitment*, Company Reputation, Compensation, Interest in Applying for a Job, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus dimiliki dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Sumber daya manusia dipahami sebagai kekuatan yang bersumber pada potensi manusia yang ada di dalam suatu organisasi, sumber daya manusia mempunyai peran penting untuk mencapai

suatu tujuan yang maksimal. Apapun bentuk serta tujuannya organisasi dibuat berdasarkan visi,misi, dan tujuan untuk kepentingan manusia. Tidak hanya itu, dalam pengimplementasinya misi tersebut dikelolah dan diurus oleh manusia sehingga dapat disimpulkan bahwa manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan organisasi karena dapat memberikan nilai tambah dan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu organisasi. Eri Susan (2019:955)

Minat melamar kerja merupakan keinginan calon karyawan untuk bekerja diperusahaan, tujuannya adalah untuk menapatkan pekerjaan yang layak dan memperhatikan semua aspek perusahaan yang dilamar. Motivasi mencari kesempatan kerja dilandasi oleh motivasi mencari lowongan kerja berdasarkan informasi yang diperoleh, sehingga calon karyawan akan segera menentukan pilihannya, pelamar akan diberikan penawaran untuk beberapa posisi yang akan memenuhi kebutuhan calon karyawan. Kenneth & Thomas, (2019:10). Penelitian terdahulu Yuliana Aise Hayomi dan Suharnomo (2024) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa e-recruitment, reputasi perusahaan dan kompensasi berpengaruh secara simultan terhadap minat melamar kerja.

E-Rekrutmen adalah media online yang sangat diminati bagi pencari kerja karena dapat menjadi wadah yang sangat efisien tanpa terkendala oleh jarak , waktu, dan biaya para pencari kerja juga bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai profil perusahaan yang akan dilamar tanpa harus menelpon atau datang langsung ke perusahaan hanya untuk menanyakan lowongan pekerjaan yang tersedia. E-recruitment ada karena banyak kendala yang dialami oleh perusahaan ketika menerapkan rekrutmen tradisional.

Reputasi perusahaan adalah sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan dimasa yang akan datang melalui segala kebijakan yang diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Zalni & Abror (2019:17).

Kompensasi merupakan bagian penting dalam mengelola karyawan untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Hal ini digunakan untuk memotivasi serta mempertahankan karyawan dan akhirnya mempererat keseluruhan organisasi. Penelitian terdahulu Sania Nur Makrufa (2024) dengan hasil menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Hubungan variabel pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada mahasiswa semester akhir menggambarkan interaksi kompleks di mana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi untuk memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih pekerjaan. E-recruitment memfasilitasi akses informasi dan keterlibatan awal, menjadikan proses pencarian kerja lebih mudah dan transparan. Reputasi perusahaan memberikan gambaran mengenai stabilitas dan budaya kerja, mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang nilai dan kualitas lingkungan kerja. Kompensasi, mencakup gaji dan tunjangan, menjadi insentif langsung yang mempengaruhi daya tarik tawaran pekerjaan. Ketika ketiga variabel ini bersinergi, mereka menciptakan kondisi yang dapat memperkuat minat mahasiswa untuk melamar, dengan e-recruitment memudahkan akses, reputasi perusahaan menarik minat dengan citra positif, dan kompensasi memberikan motivasi finansial.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *e-recruitment*, reputasi perusahaan, dan kompensasi mempengaruhi secara simultan terhadap minat melamar kerja studi pada mahasiswa semester akhir di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *e-recruitment* mempengaruhi secara parsial terhadap minat melamar kerja studi pada mahasiswa semester akhir di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah reputasi perusahaan mempengaruhi secara parsial terhadap minat melamar kerja studi pada mahasiswa semester akhir di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kompensasi mempengaruhi secara parsial terhadap minat melamar kerja studi pada mahasiswa semester akhir di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi.

Minat Melamar Kerja

Minat melamar kerja merupakan merupakan keinginan calon karyawan untuk bekerja di perusahaan, tujuannya adalah untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan memperhatikan semua aspek perusahaan yang dilamar. Minat melamar kerja sebagai tindakan sengaja yang dilakukan seorang individu dengan mengambil langkah secara aktif untuk mendapatkan pengetahuan mendalam tentang organisasi, menjalin kontak lebih dekat organisasi, dan mengatur wawancara kerja Rozsa dan Machova (2020).

E-Recruitment

E-Recruitment adalah proses rekrutmen online yang melibatkan berbagai prosedur untuk menarik, mengevaluasi, memilih, merekrut, dan prospek kerja onboarding. Ini juga dikenal sebagai proses *e-staffing*, *e-resourcing*, atau *e-hiring*. Proses ini menggunakan berbagai alat untuk berkomunikasi dengan pencari kerja, seperti email, papan kerja online, dan website karier. E-recruitment adalah proses perekrutan kandidat secara online. Ini dapat dilakukan melalui papan pekerjaan, website karier, atau platform media sosial. e-recruitment memungkinkan pemberi kerja menjangkau kumpulan kandidat yang lebih besar dan membuat proses rekrutmen lebih efisien Menurut Digitademy (2022).

Reputasi Perusahaan

Perusahaan sering menggunakan reputasi perusahaan sebagai sarana untuk memprediksi tindakan pesaing. Selain itu, adanya komitmen yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam Amperawati, (2020:1).

Kompensasi

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumber daya manusia Yurianto (2021:10).

Penelitian Sebelumnya

Peneliti terdahulu Ruly Hardiansyah R Deni, Muhammad Danial dan Resa Nurmala (2023) mengenai Efektivitas E-recruitmen dan Medial Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Tujuan dari peneliti ini akan mengetahui apakah e-recruitment dan media sosial memiliki dampak penting pada peningkatan keinginan untuk melamar pekerjaan generasi z, serta mengevaluasi efektivitas media sosial dan e-recruitment dalam membangkitkan minat pelamar kerja di kalangan mahasiswa generasi z Sukabumi. Data primer penelitian berasal dari responden dan dilakukan secara kuantitatif dengan metodologi deskriptif asosiatif. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner ini terdiri dari 27 pertanyaan. Sampel yang digunakan terdiri dari 100 responden mahasiswa kota Sukabumi dari 10 perguruan tinggi dengan menggunakan teknik cluster sampling. Skala Likert digunakan, dan analisis regresi linier berganda dilakukan untuk pemrosesan data. Hasil temuan dalam penelitian; e-recruitment dan media sosial berdampak positif terhadap tumbuhnya antusiasme generasi z dalam mencari pekerjaan.

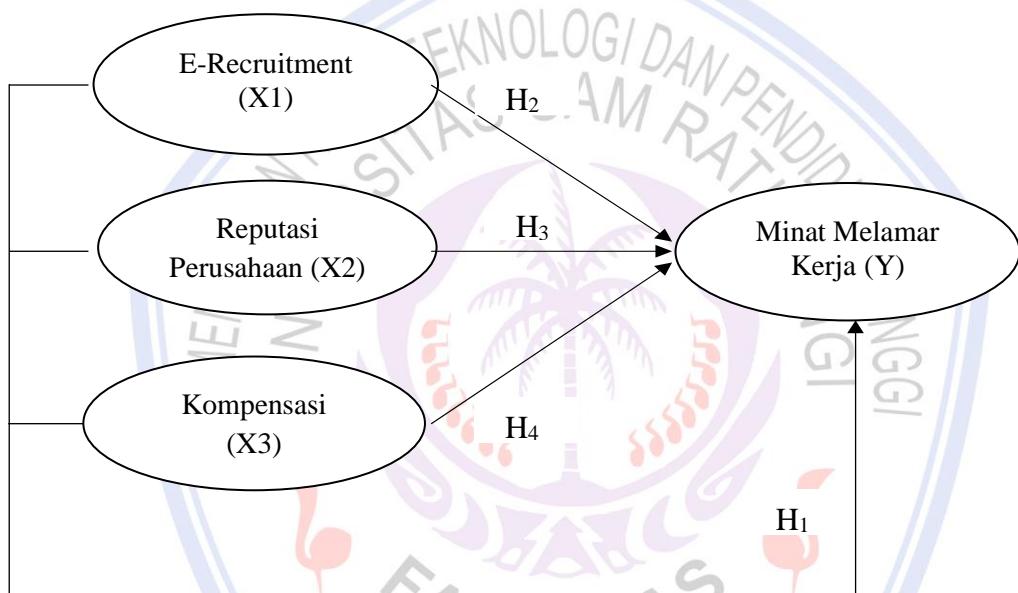
Peneliti terdahulu Yuliana Aise Hayomi dan Suharnomo (2024) mengenai Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate di Semarang). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui e-Recruitment, kompensasi dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk segar lulusan di Kota Semarang yang berjumlah 115 sampel dengan menggunakan non-probability sampling dengan purposive sampling metode. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel penelitian. Analisis jalur digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan software IBM SPSS Versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-Recruitment, kompensasi dan reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini menyarankan perusahaan untuk menerapkan eRecruitment. Perusahaan juga disarankan untuk memperhatikan reputasinya.

Peneliti terdahulu Rahmadi Wirohikmawan, dan Kustini (2023) mengenai Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN Veteran Jawa Timur. Tujuan dilakukan studi ini ialah guna melakukan analisis untuk mengetahui adanya suatu pengaruh Daya Tarik Perusahaan serta Reputasi Perusahaan akan minat melamar pekerjaan. Teknik sampling pada studi ini memakai

Teknik Proportionate Stratified Random Sampling serta memakai smartPLS sebagai alat analisis. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan ke Mahasiswa Angkatan 2017 dan 2018 melalui google form, dengan total sampel sejumlah 151 responden. Perolehan pada studi ini menampilkan jika Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan serta positif akan minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur. Reputasi Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan positif akan Minat melamar pekerjaan di Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur.

Peneliti terdahulu Muhamad Ekhsan, dan Ernasari (2022) mengenai *The Effect of E-recruitment on Interest in Applying for Jobs with Company Reputation as a Mediation Variable*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh E-recruitment terhadap keinginan melamar pekerjaan yaitu pengaruh reputasi perusahaan terhadap keinginan melamar pekerjaan dan pengaruh e-recruitment terhadap permintaan untuk melamar pekerjaan yang dimediasi oleh reputasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Recruitment tidak berpengaruh terhadap minat melamar untuk pekerjaan, E-recruitment berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar untuk pekerjaan, reputasi Perusahaan mampu memediasi E-recruitment terhadap minat melamar pekerjaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah, 2024

Hipotesis Penelitian

H₁: e-recruitment, reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja

H₂: e-recruitment terhadap minat melamar kerja

H₃: reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja

H₄: kompensasi terhadap minat melamar kerja

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan variabel bebas adalah *e-recruitment* (X1), reputasi perusahaan (X2), dan kompensasi (X3) sedangkan variabel terikat adalah minat melamar kerja (Y). untuk mengolah data yang didapatkan dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan program SPSS, sebagai alat bantu analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

Populasi, dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terjadi untuk kemudian menarik kesimpulan terhadap objek atau topik yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peliti untuk dipelajari. (Sugiyono, 2019:130). Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Semester Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi sejumlah 417. Sampel diartikan sebagai suatu bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Menurut Roscoe, minimal sebanyak 30 sampai dengan 500 dan hal ini didasarkan pada perhitungan dalam statistik.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari Mahasiswa Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang relevan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Pendekatan pengumpulan data, yang dikenal sebagai kuesioner atau survei, mengharuskan peneliti untuk tidak mengajukan pertanyaan langsung kepada peserta dan sebaliknya menerima tanggapan mereka sebagai balasannya. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan responden seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Peneliti menggunakan indikator untuk setiap variabel dalam membuat kuesioner (Sugiyono, 2020).

Teknik Analisis Data

Pengelahan Data dan Penyajian Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program computer *SPSS (Statistical package for the social sciences)* untuk analisis data, sedangkan penyajian data menggunakan table. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur Sinambela (2020:762).

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Uji-T (Parsial)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai-t yang dihitung dengan nilai yang sesuai dalam tabel-t untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dan parsial pada variabel dependen.

Uji-F (Simultan)

Tujuan dari uji statistik F adalah untuk menilai apakah variabel independen dan dependen dalam model bersama-sama memiliki pengaruh satu sama lain (Ghozali, 2018). Untuk membuat penentuan berdasarkan uji F, hipotesis alternatif (Ha) dianggap memiliki efek simultan jika tingkat signifikansi (sig) kurang dari 0,05 yang berarti bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Di sisi lain, hipotesis (H0) dianggap tidak berpengaruh jika tingkat signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 berfungsi sebagai ukuran proporsi variasi total dalam retensi pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel independen tersebut. Nilai R^2 yang lebih tinggi menandakan persentase yang lebih besar dari variasi total dalam retensi pelanggan yang dapat dikaitkan dengan variabel independen. Mulai dari 0 hingga 1, nilai R^2 menawarkan wawasan yang berharga.

Hasil Penelitian**Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas****Uji Validitas****Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Rtabel	Rhitung	N	Keterangan
<i>E-Recruitment (X1)</i>	X1.1	0,2185	0,817	81	Valid
	X1.2	0,2185	0,829	81	Valid
	X1.3	0,2185	0,878	81	Valid
	X1.4	0,2185	0,626	81	Valid
	X1.5	0,2185	0,806	81	Valid
Reputasi Perusahaan (X2)	X2.1	0,2185	0,763	81	Valid
	X2.2	0,2185	0,861	81	Valid
	X2.3	0,2185	0,888	81	Valid
	X2.4	0,2185	0,852	81	Valid
	X2.5	0,2185	0,872	81	Valid
Kompensasi X3	X3.1	0,2185	0,910	81	Valid
	X3.2	0,2185	0,937	81	Valid
	X3.3	0,2185	0,904	81	Valid
Minat Melamar Kerja (Y)	Y.1	0,2185	0,804	81	Valid
	Y.2	0,2185	0,830	81	Valid
	Y.3	0,2185	0,807	81	Valid
	Y.4	0,2185	0,838	81	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 1 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel e-recruitment (X1), reputasi perusahaan (X2), kompensasi (X3), dan minat melamar kerja (Y). dari hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS terhadap 81 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai Rhitung > Rtabel, yang berarti semua item pernyataan yang digunakan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>E-Recruitment (X1)</i>	0,837	Reliabel
Reputasi Perusahaan (X2)	0,922	Reliabel
Kompensasi (X3)	0,905	Reliabel
Minat Melamar Kerja (Y)	0,836	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 2 hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien Cronbach Alpha diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel, yang berarti semua item yang digunakan adalah reliabel.

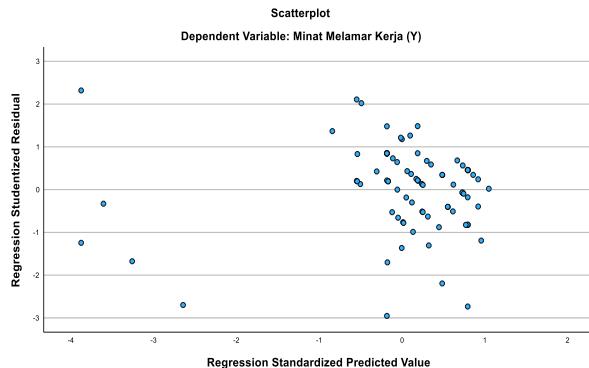
Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	1.56006881
	Absolute	.099
	Positive	.084
	Negative	-.099
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.052

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan dari hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov test*, didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas adalah sebesar <.001 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05%.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastisitas

Sumber : data olahan tahun 2024

Gambar 2 uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas di lihat dari scatterplot yang titik-titiknya menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
E-Recruitment (X1)	,400	2,501	Non-Multikolinearitas
Reputasi Perusahaan (X2)	,275	3,634	Non-Multikolinearitas
Kompensasi (X3)	,223	4,477	Non-Multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4, uji multikolinearitas untuk nilai tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel bebas atau independen diatas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Table 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta				
		B	Std. Error					
1	(Constant)	3,441	,977		3,520	,977		
	X1	,169	,070	,218	2,406	,070		
	X2	,008	,067	,013	,115	,067		
	X3	,804	,144	,675	5,570	,144		

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, nilai konstanta (α) adalah 3,441 Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel *E-Recruitment* (X1) adalah sebesar 0,169, untuk variabel Reputasi Perusahaan (X2) adalah 0,008 untuk variabel Kompensasi (X3) adalah 0,804 Oleh karena itu, persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,441 + 0,169 (X_1) + 0,008 (X_2) + 0,804 (X_3) + \text{error}$$

Dari persamaan regresi linear berganda di tabel, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Keterangan

- Nilai konstanta (a) = 3,441 dengan standar error sebesar 2,430. Ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen *e-recruitment* (X1), reputasi perusahaan (X2), kompensasi (X3) sama dengan nol (0), maka minat melamar kerja (Y) adalah sebesar 3,441

2. Koefisien variabel *e-recruitment* (X1) adalah 0,169. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh positif terhadap minat melamar kerja, artinya jika variabel *e-recruitment* meningkat 1 satuan, maka minat melamar kerja adalah 0,169
3. Koefisien variabel reputasi perusahaan (X2) adalah 0,008 0,067. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat melamar kerja, maka setiap peningkatan 1 unit pada variabel X1 akan menurunkan nilai variabel independen sebesar 0,008 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien variabel kompensasi (X3) adalah 0,804 dengan Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai pengaruh positif terhadap minat melamar kerja , maka setiap peningkatan 1 unit pada X3 akan meningkatkan nilai variabel dependen sebesar 0,804 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Uji F (Simultan)

Nilai F hitung sebesar 75,958 sementara F tabel sebesar 2.89 yang berarti nilai F hitung > dari F tabel. Hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel independen yaitu *e-recruitment* (X₁) keterlibatan kerja (X₂) dan kompensasi (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat melamar kerja kerja (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Table 6.Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,747	,738	1,590

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber: data olahan, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas nilai R Square sebesar 0, Berdasarkan tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adj. R²) sebesar 0,738.

Pembahasan

Pengaruh E-recruitment, Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja

Hasil penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel *e-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi berpengaruh terhadap minat melamar kerja secara simultan. Berdasarkan hasil uji f yang di lakukan bahwa secara simultan diperoleh nilai f hitung jauh lebih besar dari nilai f tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Artinya, ketiga variabel tersebut tidak hanya secara individual tetapi juga secara kolektif memiliki dampak yang nyata terhadap minat melamar kerja mahasiswa akhir di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi. Hal dikarenakan masing-masing variabel ini menawarkan nilai penting dalam proses pencarian kerja. *e-recruitment* mempermudah akses informasi lowongan dan membuat proses pengajuan lamaran lebih efisien, sehingga mahasiswa merasa lebih termotivasi untuk melamar. Reputasi perusahaan yang baik menarik perhatian mahasiswa, karena mereka ingin bergabung dengan organisasi yang memiliki citra positif dan menawarkan peluang pengembangan karier. Sementara itu, kompensasi yang kompetitif menjadi faktor utama dalam keputusan melamar, memberikan jaminan finansial dan stabilitas yang dicari oleh lulusan baru. Sehingga berdasarkan hasil analisis ini, hipotesis pertama yang menyatakan *E-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Penelitian sebelumnya mendukung penelitian ini oleh Yuliana Aise Hayomi (2024) dimana mereka menemukan bahwa *e-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi memiliki pengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

Pengaruh E-recruitment terhadap Minat Melamar kerja

E-Recruitment adalah sistem rekrutmen baru, baik internal maupun eksternal, untuk semua perusahaan yang tertarik merekrut karyawan aktif untuk menemukan kehadiran mereka melalui media social . Secara umum rekrutmen online menggunakan internet dan perangkat lunak untuk membantu perekrutan kandidat mulai dari saat pekerjaan ditugaskan hingga staf resmi yang bergabung. Husna (2021:14). Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Hal ini menunjukkan

bawa *E-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja dikarenakan menyediakan aksesibilitas dan kemudahan bagi calon pelamar untuk menemukan dan mengajukan lowongan kerja secara online. Sehingga berdasarkan hasil analisis ini, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruly Hardiansyah, Muhammad danial, dan Resa Nurmala (2023) yang menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar kerja.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja

Reputasi perusahaan adalah sumber daya yang tidak terlihat, yang dihasilkan dari konsistensi antara pernyataan perusahaan dan tindakan yang dilakukan, serta dampaknya terhadap stakeholder. Wartick & Cochran (2020). Reputasi perusahaan berkaitan erat dengan citra yang ingin dibangun perusahaan di benak publik dan seberapa baik perusahaan tersebut memenuhi ekspektasi stakeholder. Perusahaan dengan reputasi baik cenderung menarik lebih banyak pelamar, karena calon karyawan percaya bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman kerja yang positif dan peluang pengembangan karier. Bromley (2020). Hasil pengujian parsial yang dilakukan dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel yang diteliti yaitu reputasi perusahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap prestasi kerja. Sehingga berdasarkan hasil analisis ini, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Reputasi Perusahaan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja. Penelitian sebelumnya mendukung temuan ini oleh Handi dan Wiji Safitri tahun (2023), menyatakan bahwa reputasi perusahaan tidak selalu berdampak positif terhadap minat melamar kerja.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja

Kompensasi merupakan sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai pemeberian atau pengganti jasa atau tenaga mereka pada saat bekerja di suatu perusahaan, pemberian kompensasi sebagai salah satu pelaksanaan fungsi dari manajemen sumber daya manusia (MSDM) yang berhubungan atau berkaitan dengan pemberian penghargaan secara individu sebagai pertukaran serta melakukan tugas keorganisasian. Kompensasi suatu biaya utama yang dimana diperoleh dari keahlian atau kemampuan pada saat bekerja dan kesetiaan pada perusahaan Kawiana (2020:216). Hasil pengujian parsial yang dilakukan melalui uji t diperoleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel yang diteliti kompensasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Hasil menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kompensasi yang memiliki peran penting dalam minat melamar kerja. . Penelitian sebelumnya mendukung Temuan ini oleh Siti Fatima. Aini Kusniawati dan Mukhtar Abdul Kader (2021) yang juga menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. *E-recruitment*, Reputasi Perusahaan dan Kompensasi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Semester Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
2. *E-recruitment*, berpengaruh secara parsial terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Semester Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
3. Reputasi Perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Semester Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
4. Kompensasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Semester Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.

Saran

Saran untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi memperkuat kerja sama dengan perusahaan dalam hal e-recruitment untuk menyediakan informasi yang lebih lengkap dan relevan tentang peluang kerja bagi mahasiswa. Fakultas juga sebaiknya mengadakan seminar dan workshop yang membahas pentingnya reputasi perusahaan serta kompensasi dalam memilih karier, sehingga mahasiswa dapat memahami

DAFTAR PUSTAKA

- Aise Hayomi, Y., & Suharnomo. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Reputasi Perusahaan, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Kajian Ekonomi Islam (Studi Pada Fresh Graduate di Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 10 (No01), 1147–1156. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8391> di akses tanggal Mei 20 2024
- Ardiansyah, F., & Sary, F. P. (2024). *The Influence Of Employer Attractiveness And Company Reputation On The Intention Of Applying For Jobs In Startup Companies In Final Level Students Of Universitas Telkom. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, Vol 7 (No.2), 2227–2242. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/ijse/article/view/4823> di akses tanggal 2 Juni 2024
- Ananda, P. J., & Santosa, A. (2024). Pengaruh E-Recruitment, Media Sosial, dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. *Journal of Business and Halal Industry*, Vol. 1 (No.3), 1–16. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jbhi/article/view/176> di akses tanggal 10 Januari 2024
- Ekhsan, M., & Ernasari. (2022). *The Effect of E-recruitment on Interest in Applying for Jobs with Company Reputation as a Mediation Variable*. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, Vol 4 (No.1), 41–49. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/ijse/article/view/4823> di akses tanggal 4 April 2023
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, Vol. 1 (No.2), 97–107. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jbhi/article/view/176>
- Ekhsan, M., Putri Ayu Jayanti, N. K., & Dhyan Parashakti, R. (2022). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, Vol. 2 (No.1), 16–29. <https://jurnal.undira.ac.id/jpmk/article/view/105> di akses tanggal 31 Mei 2023
- Genita G Lumintang, Lucky O.H Dotulong & Selica Natalia Palar (2022). Pengaruh Kompensasi Lingkungan Kerja dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Talaud Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Embo: Jurnal riset ekonomi manajemen bisnis dan akuntasi*. Vol. 10 (No. 2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/embo/article/view/39564> di akses 23 April 2022
- Handi, & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-recruitment, dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 6 (No,1), 210–218. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19333/6347> di akses tanggal 21 Juni 2024
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2023). Efektivitas E-Recruitment dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, Vol. 7 (No.1), 682–691. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8391> di akses tanggal 20 Januari 2024
- Iskha, M. S. F. M., & Pratama, A. A. N. (2022). The Influence of Compensation, Sharia Bank Reputation and Religious Value on Interest of Applying for Job to Sharia Bank with Competency as Intervening Variable. *AICIEB (Annual International Conference on Islamic Economics and Business)*, Vol.2 (.No1), 422–431. <https://conferences.uinsalatiga.ac.id/index.php/aicieb/article/view/70> di akses tanggal 25 Maret 2023
- Pratiwi, A., & Widyarsih, R. (2024). The Influence of Company Reputation, Compensation and Work Environment on Interest in Applying for Jobs (Study of Abfii Perbanas Alumni, Management Department). *Management Research Studies Journal*, Vol 5 (No.1), 48–62. <https://journal.perbanas.id/index.php/mrsj/article/view/697> di akses tanggal 5 Januari 2024
- Sania Nur Makrufa, & Drs. Saibat, MM. (2024). Pengaruh Branding Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Bagi Mahasiswa Dan Alumni Perguruan Tinggi Kota Surabaya Di Pt. Bma. *Soetomo Management Review*, Vol. 2 (No.4), 560–577. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/smrr/article/view/8030> di akses tanggal 14 Februari 2024

Sinaga, M. N., & Pramudita, D. P. D. (2023). Pengaruh Employer Attractiveness Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 34 (No.3), 224–232. <https://jurnal.undira.ac.id/jpmk/article/view/105> di akses tanggal 18 Maret 2024

Siptya Lara, P. (2023). the Influence of Company Reputation and Employer Branding on Interest in Applying for Jobs. *The Scientia Law and Economics Review*, Vol.2(1), 51. <https://scientium.co.id/journals/index.php/sler/article/view/339> di akses tanggal 5 Juli 2024

Sukresno, R. A., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, Vol. 1 (No.02), 84–93. <https://intropublicia.org/index.php/jadbe/article/view/105> di akses tanggal 10 Oktober 2023

Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, Vol.8 (No.1), 457. <https://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/779>

